

BAB V

PENUTUP

V.I Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Menurut indikator *reliability* dalam menanggapi sebuah layanan Suroboyo Bus termasuk sudah mampu dan cakap dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan publik. Sedangkan indikator *responsiveness* dalam memberikan tanggapan terkait pertanyaan ataupun keluhan termasuk belum mampu dan kurang tanggap.

Menurut indikator *emphaty*, perhatian yang diberikan oleh Suroboyo Bus kepada pelanggannya, termasuk sudah mampu dalam penyampaian pesan dan informasi terkait operasional dan fasilitas. Karena pihak Suroboyo Bus tidak hanya mengenalkan sesuatu yang baru dari Suroboyo Bus, namun juga terus mengingatkan kembali agar publik tidak melupakannya.

Terakhir menurut indikator *tangibles*, kemampuan Suroboyo Bus dalam menunjukkan eksistensi/keberadannya. Suroboyo Bus lebih banyak mengunggah konten dengan isi pesan bertemakan halte dan rute dari Suroboyo Bus.

Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa admin dari Suroboyo Bus dalam mengelolah layanan jasa di media sosial Instagram @suroboyobus lebih mementingkan isi pesan dari konten yang diunggah, namun kurang tanggap dalam

memberikan jawaban atau menyelesaikan masalah dan memberikan solusi terkait jenis pelayanan yang diharapkan oleh publik.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode analisis isi kuantitatif yang berfokus mengenai layanan jasa yang diberikan oleh Suroboyo Bus melalui media sosial Instagram @suroboyobus. Peneliti memahami apabila penelitian ini masih memiliki kekurangan terkait data yang didapatkan, sehingga diharapkan untuk peneliti selanjutnya mampu mendapatkan data secara detail mengenai Suroboyo Bus. Selain itu, penelitian ini menggunakan indikator layanan jasa untuk meneliti layanan jasa dari Instagram @suroboyobus

V.2.1 Saran Praktisi

Saran peneliti kepada Suroboyo Bus dalam mengelola layanan jasa di media sosial Instagram @suroboyobus:

1. Suroboyo Bus seharusnya lebih banyak memberikan konten yang sedang banyak dipertanyakan oleh publik.
2. Suroboyo Bus seharusnya lebih cepat dan tanggap dalam memberikan *feedback*, sehingga pelanggan tidak merasa diabaikan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adisasmita, R., & Adisasmita, S. A. (2011). *Manajemen Transportasi Darat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Book, T. S., & Afandi, R. (2019). *How To Win Instagram*. Yogyakarta: Siletto Book.
- Effendy, O. U. (2009). *Humam Relation & Public Relation*. Bandung : Mandar Maju.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi*. Jakarta: Kencana.
- Fandy Tjiptono, G. C. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: C.V Andi.
- Femi Oktaviani, R. R. (2020). Aktivitas Komunikasi Public Relations dalam Menjaga Reputasi Perusahaan. *Jurnal Signal, Vol.8 No.1*.
- Jefkins, F., & Yadin, D. (2002). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (ketiga belas ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2020). *Edisi ke Dua Tehnik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Moenir. (2018). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moerdijati, S. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi* . Surabaya: Revka Petra Media.
- Mrbambang. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta Selatan: Mediakita.
- Nasrulla, R. (2017). *Media Sosial* . Banadung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rosady, R. (2016). *Manajemen Puiblic Relations dan Media Komonikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Silalahi, U. (2018). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Refika Aditama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitaatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

JURNAL

- Djusana, A. (2012). Praktik Government Public Relations Paksa Otonomi Daerah (Sebuah Tinjauan Dengan Kasus Penyuluh KB Sebagai Government Public Relations Bidang KB). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media, Vol.16 No.1*.
- Femi Oktaviani, R. R. (2020). Aktivitas Komunikasi Public Relations dalam Menjaga Reputasi Perusahaan. *Jurnal Signal, Vol.8 No.1*.
- Nugraheni, Yuli & Widyaningrum, A.Y. (2017). Motif Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dalam Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Komunikatif, Vol.6 No.2*

- Megawati. (2018). Complaint Handling (Strategy Hotel The Rinra Makassar 2018). *Jurnal Komunikasi Kareba*, Vol.7 No.2.
- Pardede, F. A. (n.d.). Strategi Komunikasi PT. Agung Automall Pangkalan Kerinci Dalam Menangani Keluhan Pelanggan. *Jom Fisip*, Vol.3 No.2.
- Pratiwi, F. D. (2013). Benih Anarkisme Mahasiswa dan Media Sosial (Analisis Isi Pesan Twitter Mahasiswa FISHUM UIN Yokyakarta). *Jurnal Komunikasi Profetik*, Vol.6 No.2.
- Purwanti Hadisiwi, M. K. (2014). Kualitas Dasar Pelayanan Warung Tradisional Tengah Persaingan Global (Studi Deskriptif Tentang Kualitas Jasa Pelayanan Tradisional di Tengah Persaingan Dengan Minimarket). *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol.2 No.2.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pelanggan dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.5 No.1.
- Trisnani. (2018). Analisis Akses dan Penggunaan Media Sosial Oleh Rumah Tangga dan Individu di Kota Batu Jawa Timur. *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, Vol.7 No.2.
- Wahyuni, N. M. (2019). Perilaku Komunikasi Pelanggan Media Sosial Tantan Dalam Menjalani Relasi Pertemanan (Studi Pada mahasiswa Universitas Syiah Kuala Banda Aceh). *Jurnal Peuware*, Vol.2 No.2.
- Yuli Rahmawati, B. S. (2014). Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Word of Mouth pada Pelanggan Honda Motor di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, Vol.4 No.1.

INTERNET

- www.dispendukcapil.go.id, diakses tanggal 23 Januari 2020 pukul 22.06 WIB
- www.goodnewsfromindonesia.com, diakses tanggal 6 Febuari 2020 pukul 17.58 WIB
- www.surabaya.liputan6.com, diakses tanggal 6 Febuari 2020 pukul 19.05 WIB
- www.properti.kompas.com, diakses tanggal 20 April 2020 pukul 20.20 WIB
- www.transjakarta.co.id, diakses tanggal 20 April 2020 pukul 20.25 WIB
- www.news.detik.com, diakses tanggal 20 September pukul 23.50 WIB
- www.surabaya.kompas.com, diakses tanggal 20 September pukul 12.47 WIB
- www.humas.surabaya.go.id, diakses pada 20 September 2020 pukul 1.04 WIB
- www.suroboyobus.instagram.com, diakses pada 20 September 2020 pukul 1.35 WIB
- www.pt_transjakarta.instagram.com, diakses pada 20 September 2020 pukul 2.28 WIB
- www.transjogja_official.instagram.com, diakses pada 20 September 2020 pukul 2.47 WIB